

Особенности проекций тематического апперцептивного теста в зависимости от уровня социального интеллекта

Шавкунова Анна Викторовна

Студент

Пермский государственный национальный исследовательский университет,

Философско-социологический, Пермь, Россия

E-mail: annashavkunova@gmail.com

Проводимые сегодня в психологии исследования, посвященные социальному интеллекту, направлены на изучение данного конструкта с разных позиций: как потребность в социальном опыте (М. И. Бобнева) [3], как социальная адаптация (Ю. Н. Емельянов) [1], как особая социально-перцептивная способность, способность к социальному воображению (А. Л. Южанинова) [4]. В зарубежной психологии социальный интеллект разрабатывается в контексте феномена лидерства [5]. Интересным является аспект коммуникативных компетенций: вопрос о том, каким образом проявляются коммуникативные умения и навыки межличностного взаимодействия в зависимости от уровня социального интеллекта. На основании изученных исследований [2,3,5] нами был поставлен вопрос о том, каким образом проецируют личный опыт респонденты с разным уровнем социального интеллекта. Как отмечает Ю. Н. Емельянов, исследования такого плана являются новыми и актуальными, поскольку расширяют теоретическую базу изучаемого конструкта [1]. Целью работы стало изучение особенностей проецирования личного опыта межличностного взаимодействия у лиц с разным уровнем социального интеллекта. На основании анализа литературы была сформулирована следующая гипотеза: существуют различия в проекциях ситуаций межличностного взаимодействия у лиц с разным уровнем социального интеллекта, которые объясняются особенностями данного конструкта. В исследовании приняли участие 65 человек, студентов 1-4 курсов ПГНИУ. Из них – 38 девушек и 27 юношей. Возраст участников от 17 лет до 21 года. (Средний возраст – 18,9 лет). Для диагностики уровня социального интеллекта использовалась методика Дж. Гилфорда, М. Салливана, для изучения проекций – серия картинок ТАТ Г. Мюррея, направленная на диагностику отношений с родителями, с семьей, с противоположным полом, с окружающей социальной группой. Полученные в результате измерения социального интеллекта данные стали основой для ранжирования респондентов по уровню измеряемого явления. Исходя из композитной оценки были выделены 3 группы: лица, получившие высокий (21 человек), средний (25) и низкий (19) балл по тесту Дж. Гилфорда, М. Салливана. Для последующей обработки с помощью контент-анализа были отобраны респонденты, получившие высокие и низкие значения по измеряемому признаку. Дальнейшее сравнение категорий контент-анализа проводилось при помощи φ -критерия (угловое преобразование Фишера). В результате исследования были получены следующие данные: Респонденты с высоким и низким уровнем социального интеллекта имели значимые различия в употреблении лексики, относящейся к категориям: «эмоции» ($\varphi=2,618$; $p<0,01$), «сомнение» ($\varphi=2,957$; $p<0,01$), «уверенность» ($\varphi=2,615$; $p<0,01$), «мышление» ($\varphi=2,77$; $p<0,01$), «характерологические особенности» ($\varphi=2,603$; $p<0,01$). Респонденты с высоким уровнем социального интеллекта в своих проекциях склонны опираться на предшествующий опыт, использовать

эмоционально окрашенную лексику, что подтверждает тесную связь социального интеллекта с эмоциональным, говорит о более развитой способности выражать эмоции. Их описания отличаются особой уверенностью, в поведении с другими они имеют четкое представление о том, каким образом стоит взаимодействовать. Группу с высоким социальным интеллектом отличает также развернутость высказываний, опора на процессы мышления в проекциях. Они склонны описывать то, о чем думает человек и указывать на характерологические особенности изображенных лиц. На наш взгляд, это может свидетельствовать также о более высоком уровне общего интеллекта и большем опыте социального взаимодействия. Респонденты, набравшие низкий балл по тесту социального интеллекта, проецируют опыт межличностного общения, делая упор на внешнюю действительность и физиологические проявления участников взаимодействия. Они не склонны интерпретировать поведение и оценивать его эмоционально. Для них характерно описание внешних характеристик, т.е. в общении они не учитывают внутренние процессы коммуникации, не вникают в сам процесс социального взаимодействия, не стараются понять характерологические особенности участников. Результаты указывают на то, что в межличностном взаимодействии такие люди склонны занимать пассивную позицию, в их рассуждениях присутствует много лексики, выражающей сомнения в выборе стратегии поведения. Таким образом, выдвинутая нами гипотеза нашла свое подтверждение. В проекциях были обнаружены существенные различия, которые обусловлены уровнем социального интеллекта, его особенностями, а также особенностями конструкторов, близких к нему – общего и эмоционального интеллекта.

Литература

1. Емельянов Ю.И. Активное социально-психологическое обучение. Л., ЛГУ, 1985.
2. Лунева О.В. Социальный интеллект – условие успешной карьеры // Знание. Понимание. Умение. 2006. №1. С.53-58.
3. Ушаков Д.В. Социальный интеллект как вид интеллекта // Социальный интеллект. Теория, измерение, исследования / под ред. Д.В.Люсина, Д.В.Ушакова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. С. 11–28.
4. Южанинова А.Л. К проблеме диагностики социального интеллекта личности. В сб.: «Проблемы оценивания в психологии». Саратов, издательство Саратовского университета, 1994.
5. Bar-On. R. Emotional and social intelligence: Insights from the Emotional Quotient Inventory//R. Bar-On, J.D.A. Parker (eds). Handbook of emotional intelligence. San-Francisco: Jossey-Bass, 2000. P. 363-388.